

Sociolinguistics

T.

(6)

William Labov

# Modelos sociolingüísticos

Cap. 2.

5/303

17 copias



EDICIONES CÁTEDRA, S. A. Madrid

17/4

## La estratificación social de (r) en los grandes almacenes de Nueva York

«Porque esta letra no es más que una sacudida de la lengua... es la más imperfecta de todas las consonantes.»

JOHN WALKER,  
*Principles of English Pronunciation*, 1971

Todo aquel que se dedica al estudio del lenguaje en su contexto social pronto se encuentra con el problema metodológico clásico: los medios empleados para la recogida de datos interfieren en estos mismos datos. El método primordial para recopilar un conjunto de datos relevantes acerca del habla de una persona es la entrevista individual grabada en el magnetófono. El habla de la entrevista es un habla formal —no en un sentido absoluto, pero sí en comparación con la manera de hablar de la vida cotidiana—. En su conjunto, la entrevista es un discurso público, dirigido y controlado como respuesta a la presencia de un observador extraño. Pero el investigador, incluso respetando esta definición, puede preguntarse hasta qué punto las respuestas de una entrevista grabada son o no un producto especial de la interacción entre el entrevistador y el sujeto. Una manera de controlar este efecto es estudiar al sujeto en su contexto social natural: en la interacción con su familia o con el grupo de sus pares (Labov, Cohen, Robins, y Lewis, 1968). Otra forma consiste en observar el uso público del lenguaje en la vida cotidiana fuera de cualquier situación de entrevista —con objeto de ver cómo utiliza la gente el lenguaje en su contexto cuando no hay una observación explícita. Este capítulo es un informe del empleo sistemático de este

tipo de observación fugaz y anónima con vistas al estudio de la estructura sociolingüística de la comunidad de hablantes<sup>1</sup>.

Este capítulo es el primero de una serie de seis que tratan directamente del estudio sociolingüístico de la ciudad de Nueva York. La base de dicho estudio la constituye un muestreo aleatorio de la gente del Lower East Side, cuyos datos van a ser considerados en los capítulos siguientes. Pero antes de abordar un estudio sistemático, hemos procedido a realizar una larga serie de investigaciones preliminares. Estas comprendían setenta entrevistas individuales y un gran número de observaciones anónimas en lugares públicos. Estos estudios preliminares nos llevaron a definir las principales variables fonológicas que había que estudiar, incluyendo (r): la presencia o ausencia de la consonante r en posición posvocalica en *car, card, four, fourth* (coche, carta, cuatro, cuarto), etc. Esta variable concreta se reveló como extraordinariamente susceptible de mediciones múltiples de estratificación social o estilística. Como fundamento de las entrevistas exploratorias, parecía posible establecer un test empírico de dos nociones generales: en primer lugar, que la variable lingüística (r) es un diferenciador social en todos los niveles del habla de Nueva York, y en segundo lugar, que los fenómenos de habla de carácter fugaz y anónimo pueden ser utilizados como base para un estudio sistemático del lenguaje. El estudio de (r) en los grandes almacenes de la City de Nueva York del que aquí hablaremos fue realizado en noviembre de 1962 como forma de verificar estas ideas.

Difícilmente podría abordarse la distribución social del lenguaje en Nueva York sin toparse con la estructura de la estratificación social que configura la vida de la ciudad. Este concepto es analizado en detalle en el estudio principal sobre el Lower East Side; bastenos aquí considerar brevemente la definición que Bernard Barber proporciona: la estratificación social es el producto de la diferenciación y de la evaluación sociales. Este sentido del término no implica un tipo específico de clases o de castas, sino sencillamente que la normal actividad de la sociedad ha producido diferencias sistemáticas entre determinadas instituciones o personas, y que estas formas

<sup>1</sup> Este capítulo se basa en los capítulos 3 y 9 de *The Social Stratification of English in New York City* (1966) revisados a la luz de trabajos ulteriores con observaciones breves y anónimas. Mi agradecimiento es para Frank Anshen y Marvin Maverick Harris por ponerme en contacto con otros trabajos esclarecedores a este respecto (Allen, 1968; Harris, 1968).

diferenciadas han sido, mediante acuerdo general, establecidas en jerarquías de estatus o de prestigio.

Comencemos por las hipótesis generales sugeridas por las entrevistas exploratorias: *si colocamos dos subgrupos cualesquiera de hablantes neoyorquinos según una escala de estratificación social, ocuparán las mismas posiciones de orden que según su uso diferencial de (r).*

Resultaría fácil verificar esta hipótesis comparando los grupos ocupacionales, que forman parte de los índices más importantes de estratificación social. Podríamos, por ejemplo, tomar un grupo de abogados, un grupo de oficinistas, y un grupo de porteros. Pero difícilmente podríamos ir por este camino más allá de lo que nos indican las entrevistas exploratorias, y un ejemplo tan acusado de diferenciación no podría proporcionarnos una prueba muy exacta de la hipótesis. Debería ser posible mostrar que la hipótesis es tan general, y que el uso diferencial de (r) impregna a Nueva York de manera tan total, que el índice en cuestión tendría que reflejar tanto las diferencias sociales más finas como las más fundamentales.

Nos ha parecido preferible construir una prueba más rigurosa mediante un caso más fino de estratificación en un mismo grupo ocupacional: los empleados de una serie de grandes almacenes de Manhattan. Si seleccionamos tres grandes almacenes de las posiciones alta, media y baja según su escala de precios y de moda, podemos esperar que sus clientes estarán socialmente estratificados. Pero, ¿podríamos esperar que los vendedores presentasen una estratificación semejante? Esta suposición depende de dos correlaciones: entre el estatus relativo de los almacenes y la jerarquía de empleos equivalentes en los tres almacenes; y entre los empleos y la conducta de las personas que los desempeñan. No parece gratuito suponer estas relaciones. (Wright Mills) señala que las vendedoras de los grandes almacenes tienen tendencia a apropiarse del prestigio de su clientela, o, al menos a esforzarse en este sentido<sup>2</sup>. Salta a la vista que la actividad profesional de una persona está más estrechamente rela-

<sup>2</sup> C. Wright Mills, *White Collar* (Nueva York, Oxford University Press, 1956), pág. 173. Véase también la página 243: «La tendencia de los empleados a tomar prestado su estatus de la gente que está más arriba es tan fuerte que se ha extendido a todos los contactos sociales y los rasgos del trabajo concreto. Los vendedores de los grandes almacenes... se esfuerzan a menudo aunque muchas veces sin éxito, en apropiarse del prestigio de sus clientes, y de exhibirlo tanto entre los colegas como con los amigos fuera del trabajo. En la gran ciudad, la chica que trabaja en la calle 34 no puede pretender con éxito tanto prestigio como la que trabaja en la Quinta Avenida o en la calle 57».

cionada con su comportamiento lingüístico —en el caso de los que trabajan activamente— que cualquier otra característica social aislada. Los hallazgos que aquí presentamos nos indican que los almacenes están objetivamente diferenciados según un orden *hijo*, y los empleos en esos almacenes son valorados por los empleados en este mismo sentido. Dado que el producto de la diferenciación y evaluación sociales, por muy débiles que estas sean, es la estratificación social de los empleados de los tres almacenes, la hipótesis puede predecir el resultado siguiente: los vendedores del almacén situado en la posición jerárquicamente superior arrojarán los valores más altos de (*r*); los del situado en posición media, valores intermedios, y los del inferior, los más bajos. Si este resultado se verifica, la hipótesis habrá recibido una confirmación proporcional al rigor de la prueba.

Los tres almacenes que seleccionamos son: *Saks Fifth Avenue*, *Macy's* y *S. Klein*. La diferencia de nivel entre ellos puede ilustrarse de muchas maneras. Su enclave constituye un punto importante:

- Posición superior de la escala: *Saks Fifth Avenue*. En el cruce de la Quinta Avenida con la calle 50, cerca del centro del distrito de la moda, en las proximidades de otros almacenes de renombre como Bonwit Teller, Henri Bendel, Lord y Taylor.
- Posición intermedia: *Macy's*. En Herald Square, entre la calle 34 y la Sexta Avenida, cerca del distrito de la confección, junto a Gimbel's y Saks-34 Street, almacenes de rango semejante en precios y prestigio.
- Posición inferior: *S. Klein*. En Union Square, entre la calle 14 y Broadway, no muy lejos de Lower East Side.

La política de publicidad y de precios de estos almacenes aparece muy claramente estratificados. Tal vez no haya ningún elemento del comportamiento de clase tan diferenciado en Nueva York como el periódico que la gente lee. Numerosas encuestas han mostrado que el *Daily News* es el periódico que primero y más lee la clase trabajadora, mientras que el *New York Times* tiene sus lectores entre la clase media<sup>3</sup>. Estos dos periódicos fueron examinados por

<sup>3</sup> Esta afirmación está plenamente confirmada por las respuestas a la pregunta por los periódicos que compraban los sujetos en la Encuesta de Mobilization for Youth en el Lower East Side. Los lectores del *Daily News* y del *Daily Mirror* (hoy desaparecido) por un lado y los del *New York Times* y del *Herald Tribune* por el otro, están prácticamente divididos de forma complementaria a la distribución en clases sociales.

nosotros atendiendo a su publicidad, durante los días 24 a 27 de octubre de 1962: *Saks* y *Macy's* se anunciaban en el *New York Times*, mientras que *Klein* estaba representado sólo en una pequeña proporción; en el *Daily News*, sin embargo, *Saks* no aparecía en absoluto, mientras que tanto *Macy's* como *Klein* eran potentes anunciantes.

#### NÚMERO DE PÁGINAS DE PUBLICIDAD 24-27 de octubre, 1962.

	<i>NY Times</i>	<i>Daily News</i>
<i>Saks</i>	2	0
<i>Macy's</i>	6	15
<i>S. Klein</i>	1/4	10

Podemos igualmente considerar los precios de los productos anunciados durante esos cuatro días. Teniendo en cuenta que *Saks* no publica lista de precios, únicamente podemos comparar los de un solo producto en los tres establecimientos: los abrigos de señora, que en ese momento costaban 90 dólares en *Saks*, 79,95 en *Macy's* y 23 en *Klein*. Podemos, respecto a cuatro productos, comparar *Klein* y *Macy's*:

	<i>Macy's</i>	<i>S. Klein</i>
Vestidos	14,95	5,00
Abrigos jovencita	16,99	12,00
Medias	0,89	0,45
Trajes caballero	49,95-64,95	26,00-66,00

La insistencia en los precios también es diferente. *Saks* no los menciona para nada, o, en todo caso, los relega, en pequeños caracteres, a pie de página. *Macy's* anuncia los precios en tipos grandes, pero a menudo añade el eslogan: «Se lleva usted más que bajos precios.» *Klein*, por su parte, se contenta de ordinario con dejar que los precios hablen por sí mismos. La forma de los precios es también diferente: *Saks* siempre los da en números redondos, como por ejemplo 120 dólares; *Macy's* presenta siempre unos céntimos de dólar: 49,95; *Klein* suele poner precios en números redondos y añade el precio antiguo que siempre es mucho más alto, y expresado a la manera de *Macy's*: «23,00 dólares, rebajado desde 49,95 dólares».

La disposición interior de las plantas sirve también para diferenciarlos. Saks es el más espacioso, especialmente en las plantas superiores, con una cantidad menor de productos en exposición. Muchas de las plantas están enmoquetadas, y en algunas de ellas hay una recepcionista para atender a los clientes. En el extremo opuesto, Klein es un conjunto de anexos, con suelo de terrazo y techos bajos; tiene el máximo de artículos en exposición al menor precio posible.

El efecto estratificador más importante, entre los empleados, es el prestigio del establecimiento, al igual que las condiciones de trabajo. Los salarios no estratifican a los empleados en el mismo sentido. Por el contrario, todo parece indicar que los almacenes de mayor prestigio, del tipo de Saks, pagan sueldos menores que los de Macy's.

Saks es un establecimiento no sindicado, y la tabla de salarios no está públicamente controlada. Sin embargo, las conversaciones con un número suficiente de antiguos empleados, hombres y mujeres, de los grandes almacenes de Nueva York, incluidos Saks y Macy's han arrojado un acuerdo general en cuanto a la orientación de las diferencias salariales<sup>4</sup>. Algunos incidentes reflejan una disposición de los asalariados a aceptar sueldos mucho más bajos de los almacenes de mayor prestigio. Los ejecutivos dedican, en éstos, una mayor atención a las relaciones con los empleados, y toman todo tipo de medidas inhabituales para lograr que todos los empleados tengan el sentimiento de compartir el prestigio general del establecimiento<sup>5</sup>. Una de nuestras informantes del Lower East Side que trabajaba en

<sup>4</sup> Los empleados de Macy's están representados por un sindicato fuerte, en tanto que los de Saks no están sindicados. Un antiguo empleado de Macy's tenía por cosa sabida que los sueldos de Saks eran más bajos, y que era el prestigio lo que mantenía la no sindicación. Las primas y otros complementos no parecen estar ajeros a esta situación. Parece también que es más difícil para una chica colocarse en Saks que en Macy's. Y ello porque Saks es más retrógrada en su política de empleo, y la tendencia a seleccionar chicas que hablan de una determinada manera va a desempeñar un papel determinado en la estratificación del lenguaje, al igual que el ajuste de los empleados a esta situación. Ambas influencias son convergentes en cuanto a generar estratificación.

<sup>5</sup> Una antigua vendedora de Macy's me contó un incidente ocurrido poco antes de Navidades hace algunos años. Ella estaba comprando en Lord and Taylor's, cuando vio al presidente de la compañía que iba recorriendo cada sección y estrechando la mano de todos los empleados. Cuando se lo contó a sus compañeros de Macy's, el comentario general fue: «¿Cómo si no iban a hacerles trabajar por un sueldo así?». Podemos decir que no sólo son los empleados de los almacenes de prestigio lo que lo toman de sus patronos: se les da de forma deliberada.

Saks estaba vivamente impresionada por el hecho de poder comprar ropa de Saks con el 25 por 100 de descuento. Una ventaja semejante, en un almacén de menor categoría, apenas le hubiera interesado.

Desde el punto de vista de los empleados de Macy's, trabajar en Klein es poco menos que inconcebible. Las condiciones de trabajo y los salarios son en su opinión peores que en otro lugar y el prestigio del establecimiento es realmente muy bajo. Como podremos comprobar, la composición étnica del personal refleja con mucha precisión estas diferencias.

Si estableciésemos un índice socioeconómico que clasificase a los neoyorquinos por profesiones, veríamos que los empleados de los tres almacenes están en el mismo nivel; una escala de rentas colocaría probablemente a los empleados de Macy's un poco más arriba que los otros; la educación es la única escala objetiva que podría diferenciar a los grupos en el mismo orden que el prestigio de los establecimientos, pero no hay pruebas al respecto. Con todo, las condiciones de trabajo asalariado en los tres almacenes los estratifican a la perfección en este orden: Saks, Macy's, Klein; y su prestigio relativo conduce a una evaluación social de los puestos de trabajo en ese mismo orden. Por ello, son éstos dos aspectos de la estratificación social —diferenciación y evaluación— los que hay que buscar en las relaciones entre los tres almacenes y sus empleados.

El procedimiento normal para encuestar a los empleados de los grandes almacenes exige enumerar los empleados de cada uno de ellos: diseñar muestras aleatorias en cada uno, concertar entrevistas con cada empleado en su domicilio, realizarlas con aquellos que acepten, y después separar a los neoyorquinos de nacimiento, discriminar los casos de aquellos que no han respondido y volver a encuadrarlos en la muestra, y así sucesivamente. Este es un procedimiento costoso y muy largo, pero en la mayoría de los casos, no hay ningún atajo que permita obtener resultados fiables y precisos. En este caso nuestro, hemos utilizado un método más sencillo que se basa en el carácter de extrema generalidad de la conducta lingüística de los sujetos, con el fin de recoger datos de un tipo muy limitado. Este método consiste en la recogida sistemática de fenómenos de habla casuales y anónimos. Aplicado a un marco no bien definido, este método podría verse sometido a todo tipo de deformaciones y sería difícil precisar qué población es la que ha sido realmente estudiada. En nuestro caso la población está bien definida

como la de los vendedores (o más en general, cualquier empleado cuyo discurso puede ser oído por un cliente) de tres almacenes específicos y en un tiempo específico. El resultado nos proporcionará una visión del papel que el habla desempeña en la impresión social de conjunto que los empleados producen en los clientes. Resulta sorprendente constatar cómo un método tan sencillo y económico arroja resultados tan coherentes y de gran regularidad, y nos permite verificar la hipótesis de partida mediante un número variado de procedimientos más cuidadosos.

## EL MÉTODO

La aplicación de este estudio del habla casual y anónima a la situación de los grandes almacenes ha sido relativamente sencilla. El entrevistador se acercaba al informante representando el papel de un cliente que busca una sección determinada. Esta sección estaba en la cuarta planta. Cuando el encuestador preguntaba, «Disculpe, ¿dónde están los zapatos para señoras?», la respuesta era normalmente, «Fourth floor» («Cuarta planta»).

El entrevistador se inclinaba entonces y decía, «¿Perdón?», obtenía frecuentemente un nuevo enunciado «Fourth floor», pronunciado cuidadosa y enfáticamente.<sup>6</sup>

El entrevistador se alejaba hasta perder de vista al informante y anotaba los datos recogidos. Las variables independientes que siguen estaban incluidas:

- el almacén,
- planta del almacén,<sup>7</sup>
- sexo,
- edad (estimada en grupos de cinco años),
- puesto (jefe de sección, vendedor(a), cajero, almacenista),
- raza,
- acento, extranjero o regional, en caso de existir.

<sup>6</sup> El entrevistador en todos los casos era yo mismo. Iba vestido tipo clase media: chaqueta, camisa blanca y corbata, y empleaba mi pronunciación normal (con /r/) de natural de New Jersey con estudios universitarios.

<sup>7</sup> También tomaron notas del departamento en el que estaba cada empleado, pero las cifras obtenidas por departamentos no eran suficientemente relevantes como para permitir la comparación.

La variable dependiente es el empleo de (r) en cuatro realizaciones.

casual: fourth floor,  
enfático: fourth floor

Así pues tenemos las posiciones preconsonántica y final, en estilo casual y enfático del habla. Además, se han anotado todos los demás usos de (r) por parte de los informantes, a partir de observaciones oídas de paso o contenidas en la entrevista. Para cada valor de la variable que presentaba una nítida construcción hemos escrito (f-1); para una schwa\* sin construcción, vocal alargada, o ausencia de representación (f-0). Los casos dudosos o de construcción parcial los hemos simbolizado por d y no fueron incluidos en la tabulación final.

Igualmente fueron anotados los casos en que una africana o una oclusiva aparecía como consonante final de la palabra fourth al igual que las demás variantes no estandar de (th) utilizadas por el hablante.

Este método de entrevista fue aplicado en todas las secciones de la planta el mayor número de veces posible hasta que el espacio de informantes resultaba tan cerrado que el entrevistador se daba cuenta de que la pregunta ya se había planteado antes. Todas las plantas del almacén eran investigadas de la misma manera. En la cuarta planta la pregunta se planteaba, por necesidad, de manera diferente:

«Disculpe, ¿qué planta es ésta?»

Siguiendo este procedimiento se obtuvieron 68 entrevistas en Saks, 125 en Macy's y 71 en Klein. El tiempo total de entrevista para los 264 sujetos era aproximadamente de 6,5 horas.

Llegados a este punto, hemos de considerar la naturaleza de acontecimientos de habla cuya significación social era completamente diferente para cada uno de los dos participantes. En la medida en que el informante estaba implicado, este intercambio consistía en una interacción normal vendedor-cliente, apenas consciente, y en la que la relación entre los hablantes es tan casual y anónima, que a duras penas podría hablarse de un encuentro. Una relación de este tipo suponía la mínima intrusión en la conducta del sujeto: el lenguaje y el uso del lenguaje no entraban en cuestión.

\* (N. del T.) Schwa: vocal breve de timbre indefinido.

Desde el punto de vista del entrevistador, el intercambio representaba una búsqueda sistemática de las formas exactas requeridas en el contexto deseado, en el orden deseado, y con el contraste deseado en cuanto al estilo.

#### ESTRATIFICACIÓN GENERAL DE (r)

Los resultados del trabajo hacen aparecer una estratificación clara y consistente de (r) en los tres almacenes. En la figura 2.1 queda establecida la comparación por medio de un gráfico de columnas. Dado que los datos recogidos a partir de los informantes en su mayoría consisten únicamente en cuatro ítems, no hemos utilizado un índice numérico continuo para (r) sino que hemos repartido los informantes en tres categorías.

todos (r-1): aquellos cuyas anotaciones comportan sólo (r-1) y ningún (r-0);  
algun (r-1): aquellos cuyas anotaciones atestiguan al menos un (r-1) y un (r-0).  
ningún (r-1): aquellos cuyas anotaciones muestran sólo (r-0).

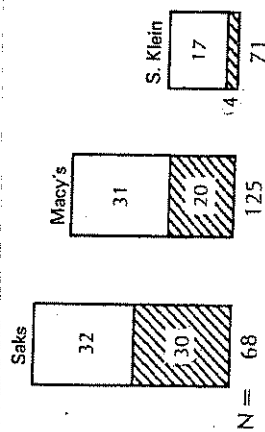


Fig. 2.1 Estratificación general de (r) por almacén. Zona rayada = porcentaje de (r-1) exclusivamente. Zona en blanco = porcentaje de (r-1) parcial. El porcentaje de ausencia de (r-1) no está indicado. N = número total de casos.

En la figura 2.1 vemos que, un total del 62 por 100 de los empleados de Saks, el 51 por 100 de los de Macy's y el 20 por 100 de los de Klein utilizan todos o algún (r-1). La estratificación es aún más nítida para los porcentajes de (r-1) exclusivo (todos r-1). Como la hipótesis indicaba, los grupos están estratificados en grupos según su uso diferencial de (r-1) en el mismo orden en lo que están según factores extralingüísticos.

A continuación podemos tratar de examinar la distribución de (r) en cada una de las cuatro posiciones estándar. La figura 2.2 indica este tipo de diferenciación, según la cual los almacenes, de nuevo, están situados en el mismo orden, para cada posición. Existe una considerable diferencia entre Macy's y Klein en cada posición, pero la diferencia entre Macy's y Saks varía. En la pronunciación enfática de la (r) final los empleados de Macy's se aproximan mucho al punto alcanzado por los de Saks. Parece que pronunciar r es la norma hacia la que tienden la mayoría de los empleados de Macy's, sin que sea, con todo, habitual en ellos. En Saks vemos una separación entre la pronunciación casual y la enfática, pero menos marcada. En otras palabras, los empleados de Saks tienen mucha más *seguridad* en sentido lingüístico.<sup>8</sup>

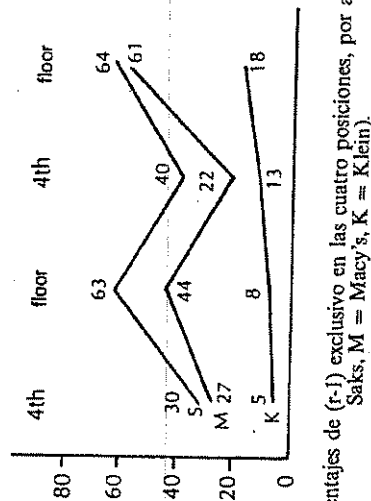


Fig. 2.2. Porcentajes de (r-1) exclusivo en las cuatro posiciones, por almacén (S = Saks, M = Macy's, K = Klein).

El hecho de que el perfil de (r-1) para Klein sea bajo no borra el hecho de que los empleados de Klein participan también de la misma pauta de variación estilística de (r) presente en los demás

<sup>8</sup> La gran variabilidad estilística es característica del segundo grupo de estatus neoyorquino, y aparece asociada a una enorme sensibilidad a las normas de un grupo de referencia externo (véase el cap. 5 de este libro). En el cuadro 5.1, se encuentran los datos relativos al índice de inseguridad lingüística, con el número de ítems en los que cada hablante distingue entre su propia pronunciación de una palabra y la correcta. El segundo grupo en la jerarquía tiene las puntuaciones más altas de este índice. Encontramos un fenómeno paralelo en Shuy, Wolfram y Ryley (1967), Wolfram (1969), y Levine y Crockett (1966), que hallaron en su estudio sobre Hillsboro, Carolina del Norte que el segundo grupo en la escala de educación presentaba la mayor variación estilística de (r).

almacenes. El porcentaje de  $r$  pronunciada sube en Klein de 5 a 18 por 100 cuando el contexto resulta ser más enfático: se trata de un incremento mayor en porcentaje que en los otros almacenes, y al mismo tiempo más regular. Conviene no olvidar que esta actitud —la que considera que (r-1) es la pronunciación más adecuada para el habla enfática— es compartida por hablantes de los tres establecimientos.

El cuadro 2.1 muestra los datos en detalle, con el número de casos obtenido para cada posición de las cuatro de (r), en cada almacén. Hay que señalar que el número de apariciones de la segunda pronunciación de *four* es considerablemente reducido. En primer lugar como resultado de la tendencia de algunos hablantes a responder simplemente «Fourth» («Cuarta») la segunda vez.

CUADRO 2.1  
DISTRIBUCIÓN DETALLADA DE (r) POR ALMACENES  
Y POSICIÓN EN LA PALABRA

	Saks				Macy's				S. Klein			
	Casual	Enfático	Casual	Enfático	Casual	Enfático	Casual	Enfático	Casual	Enfático	Casual	Enfático
(r)	4th floor	4th floor	4th floor	4th floor	4th floor	4th floor	4th floor	4th floor	4th floor	4th floor	4th floor	4th floor
(r-1)	17	31	16	21	33	48	13	31	3	5	6	7
(r-0)	39	18	24	12	81	62	48	20	63	59	40	33
d	4	5	4	4	0	3	1	0	1	1	3	3
Sim												
datos *	8	14	24	31	11	12	63	74	4	6	22	28
Total	68	68	68	68	125	125	125	125	71	71	71	71

\* La categoría «sin datos» tiene valores altos para el caso de Macy's en la categoría enfática. Esta diferencia se debe a que el procedimiento de repetición no estaba estandarizado cuando investigábamos la planta baja de Macy's, y por ello no obteníamos valores enfáticos de forma regular. Esta pérdida y sus efectos quedan recogidos en el cuadro 2.2, donde sólo se comparan respuestas completas.

Dado que las cantidades para la cuarta posición son un poco más altas que para la segunda, podemos sospechar que los que utilizan  $r$  en Saks y en Macy's tienden a dar respuestas completas, dando la falsa impresión de que se incrementan los valores de (r) en dichas posiciones. Podemos verificar este punto comparando única-

mente los sujetos que han respondido de manera completa. Sus respuestas pueden ser simbolizadas por un número de cuatro dígitos, representando la pronunciación de cada una de las cuatro posiciones respectivamente (ver cuadro 2.2).

Vemos pues que la pauta de la escala jerárquica en el uso de (r) se conserva en este subgrupo de respuestas completas, y la omisión de «floor» (planta) en algunas respuestas no constituye un factor importante en dicha pauta.

CUADRO 2.2

DISTRIBUCIÓN DE (r) EN RESPUESTAS COMPLETAS

(r)	% de respuestas totales en			
	Saks	Macy's	S. Klein	
(r-1) exclusivo	1111	24	22	6
(r-1) parcial	0111	46	37	12
	0011			
	0101, etc.			
(r-1) ausente	0000	30	41	82
N =		100	100	100
		33	48	34

EL EFECTO DE OTRAS VARIABLES INDEPENDIENTES

Además de la estratificación de los almacenes, existen otros factores que nos permiten explicar la pauta regular de pronunciación de  $r$  que acabamos de ver, en el sentido de que este efecto puede deberse a la contribución de un grupo particular de la población más bien que a la conducta de todos los vendedores en su totalidad. El resto de las variables independientes registradas en las entrevistas nos pueden permitir verificar posibilidades de este tipo.

Raza

Hay muchos más empleados negros en la muestra de Klein que en la de Macy's, y más en Macy's que en Saks. El cuadro 2.3



presenta los porcentajes de informantes negros y sus respuestas. Cuando comparamos estos resultados con los de la figura 2.1 para la población en su conjunto, resulta evidente que la presencia de muchos negros contribuye al menor empleo de (r-1). Los sujetos negros de Macy's utilizan menos (r-1) que los blancos, aunque en pequeña escala. Los sujetos negros de Klein presentan una tendencia a la supresión de r considerablemente mayor.

El mayor porcentaje de vendedores negros en los almacenes de posición inferior en la escala es consistente con la pauta general de la estratificación social, dado que en general los trabajadores negros reciben los puestos menos desables. Así pues, la contribución de los hablantes negros a la pauta general es consistente con la hipótesis.

CUADRO 2.3

DISTRIBUCIÓN DE (r)  
ENTRE LOS EMPLEADOS NEGROS

(r)	% de respuesta en		
	Saks	Macy's	S. Klein
(r-1) exclusivo	50	12	0
(r-1) parcial	0	35	6
(r-1) ausente	50	53	94
N =	100	100	100
% de informantes negros:	2	17	18
	03	14	25

Empleo

Existen otras diferencias en la población de los almacenes. Los tipos de empleos entre el personal que está en contacto con los clientes son muy distintos. En Macy's, los empleados entrevistados podían distinguirse como jefes de sección (con un distintivo rojo y blanco), vendedores, cajeros, almacenistas, y ascensoristas. En Saks, los cajeros no son accesibles al cliente, al trabajar tras los mostradores y los almacenistas no estaban a la vista. Las operaciones se realizan fuera de la vista y la intervención del cliente. En el otro

extremo, en Klein, todos los empleados parecen trabajar al mismo nivel: es difícil expresar la diferencia entre vendedores, personal de gestión y almacenistas.

Aquí también, la estratificación extralingüística de los almacenes se ve reforzada mediante observaciones objetivas a lo largo de la entrevista. Podemos preguntarnos si tales diferencias no son las responsables en último extremo de la estratificación de (r). Para obtener un resultado más firme, sería deseable mostrar que la estratificación de (r) es una propiedad del subgrupo más homogéneo de los tres almacenes: las vendedoras blancas nativas de Nueva York. Si dejamos aparte a los empleados varones, las ocupaciones que no son de venta, a los empleados negros y portorriqueños, y a todos los que tienen acento extranjero<sup>9</sup>, tenemos un total de 141 informantes para estudiar.

La figura 2.3 presenta los porcentajes de empleo de (r-1) por parte de las vendedoras blancas de los tres establecimientos, con el mismo tipo de grafo que en la figura 2.1. La estratificación es esencialmente la misma en cuanto a orientación y perfil, aunque de menor magnitud. La muestra de Klein, aunque muy reducida ofrece un resultado muy bajo en el uso de (r-1), y Saks sigue estando por encima de Macy's a este respecto. Podemos pues, concluir la estratificación de (r) que afecta a cada sección de la muestra.

Podemos ahora sacar provecho de lo heterogéneo de la muestra en Macy's. La figura 2.4 muestra la estratificación de (r) en Macy's en función de grupos profesionales: de acuerdo con nuestra hipótesis de partida ésta es mucho más marcada que la estratificación de los empleados en general. El porcentaje total de los que utilizan algún o todos (r-1) es prácticamente el mismo para los jefes de sección y vendedores, pero hay un porcentaje mayor de jefes de sección que utilizan consistentemente (r-1).

<sup>9</sup> En el conjunto de la muestra, hemos encontrado diecisiete sujetos con acentos extranjeros diversos, y uno cuyas características regionales no eran ciertamente de origen neoyorquino. Los hablantes extranjeros de Saks, tenían acento francés y otros de Europa occidental, en tanto que los de Klein tenían acento judío o europeo oriental. Portorriqueños había tres en la muestra de Klein, uno en Macy's y ninguno en Saks. Por último, la muestra total estaba formada por 70 hombres y 190 mujeres. A este respecto, hay ligeras diferencias entre unos y otras en el porcentaje de usos de (r-1):

	Hombres	Mujeres
(r-1) exclusivo	22	30
(r-1) parcial	22	17
(r-1) ausente	57	54

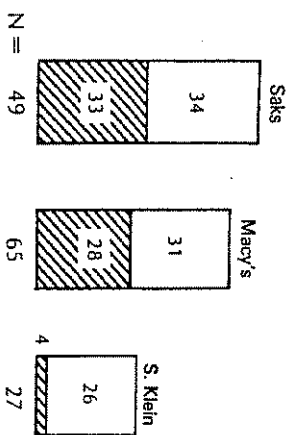


Fig. 2.3. Estratificación de (r) por almacenes para las vendedoras blancas naturales de Nueva York. Zona rayada = Porcentaje de (r-1) exclusivo. Zona blanca = Porcentaje de (r-1) parcial; la ausencia de (r-1) no está indicada. N = Número total de casos.

Hay otra comparación interesante que hacer en Saks, donde hay una gran discrepancia entre la planta baja y las plantas superiores. La planta baja de Saks se asemeja mucho a Macy's: muchos mostradores repletos, vendedoras inclinadas por encima de ellos, casi todo con codo, y una gran cantidad de mercancías en exposición. Por el contrario, las plantas superiores son mucho más espaciaosas, amplias superficies totalmente enmoquetadas, y en las plantas destinadas a la alta costura, hay maniqués que exhiben para los clientes los modelos exclusivos. Hay recepcionistas en los puntos estratégicos para distinguir a los verdaderos compradores de los espectadores casuales.

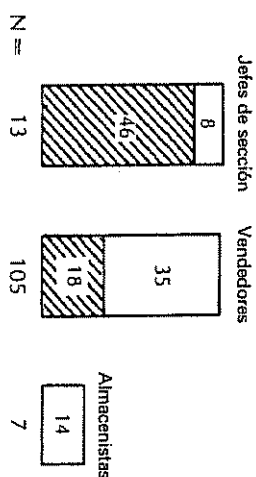


Fig. 2.4. Estratificación de (r) por grupos de ocupaciones en Macy's. Zona rayada = Porcentaje de (r-1) exclusivo. Zona blanca = Porcentaje de (r-1) parcial; no se registra el porcentaje de ausencia de (r-1). N = número total de casos.

Resulta, pues, lógico comparar la planta baja con las demás de Saks. Según la hipótesis, podremos encontrar un uso diferencial de (r-1). El cuadro 2.4 indica que efectivamente este es el caso.

CUADRO 2.4  
DISTRIBUCIÓN DE (r) POR PLANTAS SAKS

(r)	Planta baja		Plantas superiores	
	% (r-1) exclusivo	% (r-1) parcial	% (r-1) exclusivo	% (r-1) parcial
N =	23	23	34	40
	54	54	26	26
	100	100	100	100
	30	30		

A lo largo de las entrevistas, hemos recogido información suplementaria acerca de la variable (th), particularmente tal como se da en la palabra *fourth*. Esta es una de las variables más importantes utilizada en el estudio de la estratificación social de Nueva York (Labov, 1966a) y en otras partes (Wolfram, 1969; Anshen, 1969). La variante más estigmatizada es el uso de la oclusiva [t] en *fourth, through, think* (cuarto, a través de, pensar), etc. El porcentaje de hablantes que utilizan la oclusiva en esta posición estaba en total consonancia con otras medidas de la estratificación social que hemos considerado:

Saks	00%
Macy's	04%
S. Klein	15%

Así pues, nuestra hipótesis ha recibido una serie de confirmaciones semi-independientes. Teniendo en cuenta lo económico de la investigación, la encuesta ha resultado rica en datos. Es cierto que ignoramos muchas cosas acerca de los informantes que podríamos haber detectado: su lugar de nacimiento, su historia lingüística, su educación, su participación en la cultura de Nueva York, y así sucesivamente. Sin embargo, hay suficientes regularidades en la estructura subyacente como para superar esta falta de precisión en cuanto a la selección e identificación de los informantes.

# DIFERENCIACIÓN DE LOS INFORMANTES SEGÚN LA EDAD

La edad de los informantes está establecida en intervalos de cinco años y estas configuraciones no pueden ser consideradas relevantes sino para una comparación de tipo sencillo. De todas formas, es posible agrupar los segmentos de edad entre unidades a fin de detectar las direcciones generales de cambio.

Si, como indicamos, (r-1) es una de las características principales de una nueva pauta de prestigio que se está sobreimponiendo a la pauta originaria de Nueva York, podemos esperar encontrar un aumento de la r pronunciada entre los jóvenes vendedores. La distribución general por edades no permite ver una evidencia de cambio, sin embargo, tal como aparece en el cuadro 2.5.

CUADRO 2.5

## DISTRIBUCIÓN DE (r) SEGÚN EDAD ESTIMADA

(r)	Grupos de edad		
	15-30	35-50	55-70
% (r-1) exclusivo	24	20	20
% (r-1) parcial	21	28	22
% (r-1) ausente	55	52	58

Esta carencia de tendencia es sorprendente, a la luz de otra evidencia: la de que el uso de (r-1) como variante de prestigio se está incrementando entre la gente joven de Nueva York City. Es una evidencia notoria que (r-1) estaba totalmente ausente en la City de los años 30 (Kurath y McDavid, 1951) y que existe un incremento subsiguiente en las anotaciones de Hubbell (1950) y Bronstein (1962). Cuando examinamos las distribuciones de cada gran almacén, se ve desaparecer esta distribución a lo largo de los grupos de edad. La figura 2.5 muestra que la correlación inversa esperada con la edad aparece en Saks, pero no en Macy's ni en Klein. Por el contrario, son los sujetos de edad los que más usan (r-1) en Macy's, con una dirección contraria en el nivel más bajo, y en Klein no hay una correlación particular con respecto a la edad. Esta pauta compleja se va haciendo aún más fragmentaria y uno podría verse tentado de tomarla como ausencia de cualquier tipo de pauta. Con

todo, aun si los miembros de los subgrupos pueden parecer reducidos, son más amplios que los utilizados en las reflexiones de páginas anteriores, y, como veremos, no resulta fácil dar de lado los resultados así obtenidos.

El enigma representado por la figura 2.5, es uno de los resultados más significativos del procedimiento seguido hasta ahora. Cuando todo lo demás confirma la hipótesis inicial, este único resultado, que no se ajusta a la pauta esperada, puede hacer cambiar de orientación nuestra atención hacia nuevas y provechosas perspectivas. A partir de los datos de la encuesta en los almacenes exclusivamente, no es posible explicar la figura 2.5 salvo en términos especulativos. En el informe primero de la encuesta, escrito poco después de la terminación del trabajo, comentábamos:

¿Cómo podemos explicar las diferencias entre Saks y Macy's? Pienso que podemos decir lo siguiente: la sustitución de la influencia de la pauta de prestigio de Nueva Inglaterra (ausencia de r) por la pauta (presencia de r) del Midwest aparece con mayor nitidez en Saks. Los jóvenes de Saks están influenciados por la pauta de la r pronunciada, y los mayores no. En Macy's hay menor sensibilidad respecto a este efecto entre la mayoría de los jóvenes hablantes que, por lo demás, están inmersos en la tradición lingüística de Nueva York City. Los almacenistas, las vendedoras jóvenes, no son aún plenamente conscientes del prestigio vinculado a la pronunciación de la r. Por otra parte, la gente de más edad en Macy's tiende a adoptar esta pronunciación: son muy pocos los que permanecen anclados en la antigua pauta de prestigio en cuanto a pronunciación que es la que da fundamento a la tendencia a suprimir la r entre los vendedores de más edad de Saks. Se trata de una argumentación compleja, que no podríamos dar por buena sin haberla verificado perfectamente, mediante entrevistas más completas en ambos almacenes.

La pauta compleja de la figura 2.5 constituye un verdadero desafío para la interpretación y la explicación, tanto más cuanto que existe una posibilidad que considerar y es la de que sea producto de muchas fuentes de error inherentes a las encuestas rápidas y anónimas. Con el fin de confirmar y explicar los resultados de la investigación acerca de los grandes almacenes es necesario mirar más allá de los resultados del programa de entrevistas sistemáticas discutido en los capítulos 3 al 7. Cuando hubimos analizado los resultados proporcionados por la investigación sobre el Lower East Side, resultó claro que la figura 2.5 no era un artefacto debido al método sino

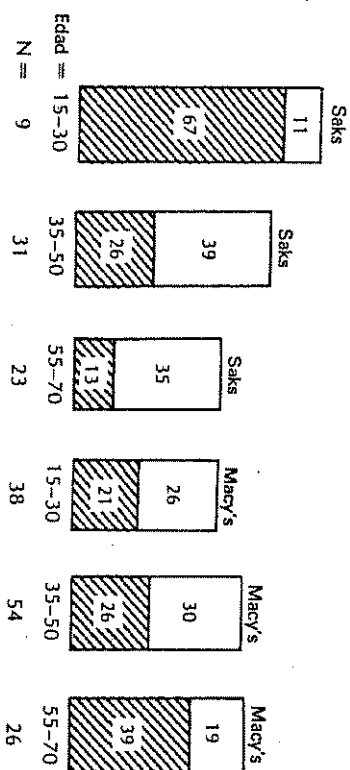
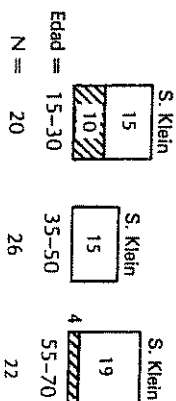


Fig. 2.5. Estratificación por almacenes y niveles de edad. Zona rayada = Porcentaje de (r-1) exclusivo. Zona blanca = Porcentaje de (r-1) parcial; no se registra el porcentaje de ausencia de (r-1). N = Número total de casos.



que reflejaba pautas sociales reales (Labov, 1966a: 342 y ss.). Los datos del Lower East Side más comparables a los del presente estudio son los relativos a la distribución de (r) según edad y clase en Estilo B—el discurso relativamente cuidado que forma el núcleo de la entrevista individual (véase el cap. 3 para la definición de los estilos). Podemos comparar con Saks, Macy's y Klein el estilo de la clase media alta, de la clase media baja y de la clase trabajadora en su conjunto. Las clases de edad más directamente comparables con las de los grandes almacenes son las comprendidas entre 20-29, 30-39 y 40 y más. (Como las estimaciones realizadas en los grandes almacenes son muy toscas, no sería muy rentable equiparar las cifras exactamente.) La figura 2.6. representa la distribución por clase y edad en el Lower East Side respecto al uso de (r) que resulta más comparable con la figura 2.5.

De nuevo vemos aquí que el grupo de estatus más alto manifiesta una correlación inversa de (r-1) con la edad: los hablantes más

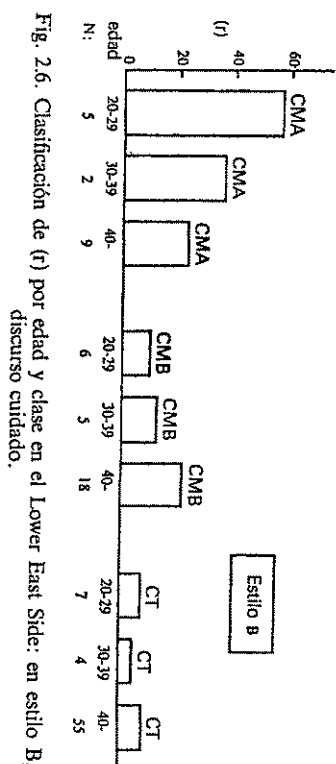


Fig. 2.6. Clasificación de (r) por edad y clase en el Lower East Side: en estilo B, discurso cuidado.

jóvenes utilizan más (r-1); el grupo inmediatamente inferior presenta un uso de (r) de nivel más bajo y la correlación con la edad es directa en la clase trabajadora existe un nivel aún menor y no hay una especial correlación con la edad.

Tenemos aquí una correlación muy llamativa, teniendo en cuenta que los dos trabajos comportan fuentes de error complementarias. La investigación del Lower East Side se basaba en una muestra aleatoria secundaria, a partir de una encuesta de Mobilization for Youth, con una información demográfica completa de cada informante. Las entrevistas se grababan en magnetófono, y se obtuvieron muchos datos acerca de (r) en hablantes que se expresaban en estilos muy diversos. Por el contrario, el estudio sobre los grandes almacenes, implicaba una probabilidad de error mayor debida a un conjunto de razones: el escaso número de datos por informante, el método de anotación, la ausencia de grabación magnetofónica, y el apoyo en la memoria inmediata, el método de muestreo, la estimación de edad del informante, y la falta de informaciones acerca de ellos mismos. En su mayoría estas fuentes de error son inherentes al método. Para paliarlas, tenemos la uniformidad del procedimiento de entrevista, la ubicación de los informantes en su primer papel como empleados, el amplio número de casos en un mismo y sencillo marco, la simplicidad de los datos, y sobre todo la ausencia de sesgo tal como suele darse en la entrevista lingüística formal. La encuesta sobre Lower East Side resultaba más sólida en aquellos aspectos en que la de los grandes almacenes flaqueaba y viceversa. Las diferencias metodológicas están sintetizadas en este cuadro que sigue.

LES > GA	Encuesta sobre el Lower East Side	Estudio sobre grandes almacenes
Muestra.	Aleatoria.	Informadores disponibles en un lugar determinado.
Grabación.	Magnetófono.	Memoria inmediata y notas.
Datos demográficos.	Completos.	Mínimos: de oído y por deducción.
Cantidad de datos.	Amplia.	Restringida.
Variación estilística.	Grande.	Pequeña.
GA > LES		
Tamaño de la muestra.	Moderado.	Amplio.
Localización.	Domicilio, aislado.	En el trabajo, en compañía.
Efecto de la observación.	Máximo.	Mínimo.
Tiempo total por sujeto (localización y entrevista).	4-8 horas.	5 minutos.

La convergencia entre la investigación del Lower East Side y la de los grandes almacenes representa la solución ideal de la Paradoja del Observador (cap. 8): es decir que nuestro trabajo tiene como meta observar la manera que tiene la gente de usar el lenguaje cuando nadie les observa. Todos nuestros métodos no son sino aproximaciones a esa meta: en el momento en que, partiendo de direcciones distintas obtenemos el mismo resultado, podemos confiar en haber superado la mencionada paradoja y alcanzado una estructura que existe independientemente del observador.

Dado, pues, que la estructura de la figura 2.5 es un hecho social, ¿cómo podemos explicarlo? Las sugerencias avanzadas en la nota preliminar parecen bien orientadas, pero en ese momento no habíamos caído en la cuenta del fenómeno de la hipercorrección en la clase media baja ni habíamos identificado las pautas cruzadas características en el proceso de cambio. Hemos tenido que manejar más material, obtenido en ulteriores investigaciones, para llegar a la solución del problema.

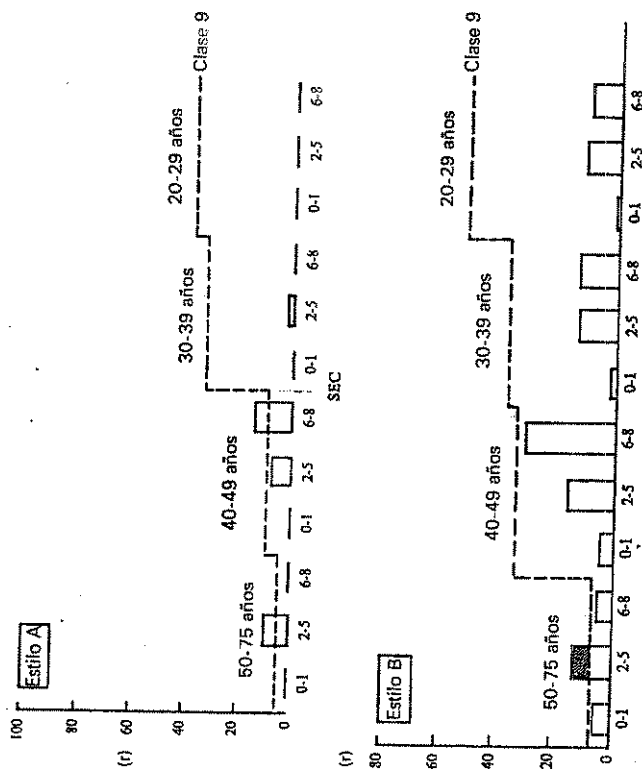


Fig. 2.7. Desarrollo de la estratificación en clases de (r) en el discurso casual (Estilo A) y en el cuidado (Estilo B) en tiempo aparente. SEC = Distribución socioeconómica en clases.

Las figuras 2.5 y 2.6 constituyen dos visiones truncadas de la distribución tridimensional de la nueva norma de la pronunciación de r según las tres dimensiones de edad, estilo y clase social. La figura 2.7 presenta dos de las secciones estilísticas transversales realizadas a partir del estudio más detallado del Lower East Side, con cuatro subdivisiones por edad. La línea punteada nos muestra cómo el grupo de estatus más elevado (Clase 9) introduce una nueva norma de pronunciación de r en el lenguaje casual. En el estilo A sólo los hablantes de clase media alta de menos de 40 años presentan una cantidad apreciable de (r-1). Ninguno de los jóvenes hablantes de cualquier otro grupo social responde en modo alguno a esta norma en estilo A, aunque puede apreciarse un cierto efecto en este sentido entre los sujetos de mediana edad, especialmente en el segundo grupo de estatus (Clases 6-8, clase media baja). En el estilo

B, este efecto imitativo aparece exagerado, con un seguimiento muy estrecho de la norma de clase media alta por parte del grupo de mediana edad de la clase media baja. En los estilos más formales, que no aparecen aquí, este subgrupo presenta un incremento aún más acusado de la pronunciación de la *r*, superando la norma del grupo superior y alcanzando la pauta «hipercorrecta» que acerca de este grupo han detectado otros estudios (véase el capítulo 5 de este libro, así como Levine y Crockett, 1966; Shuy, Wolfram y Riley, 1967). La figura 2.7 no constituye un caso de distribución inversa a la edad de (*r*-1), sino más bien el desajuste de una generación en el punto aligido de respuesta a la nueva norma. El segundo grupo por arriba en estatus responde a la nueva norma con una forma suave de imitación, en el discurso seguido, de manera que los hablantes de mediana edad adoptan la nueva norma de los jóvenes hablantes de estatus superior. La figura 2.8 muestra esto de forma sistemática. Nuestros estudios nos proporcionan el perfil exacto del uso de (*r*) entre la gente joven de la clase media alta dado que no es sobre ella sobre quien hemos centrado nuestra atención. En observaciones ulteriores, he encontrado jóvenes de esta clase que usaban (*r*-1) en un 100 por 100, pero en la mayoría de las familias (*r*-1) sigue siendo una pronunciación añadida en la adolescencia, como refleja la figura 2.8. Si queremos expresar la distribución de (*r*-1) mediante una función única podemos decir que está en correlación inversa con la distancia respecto al grupo de estatus superior (tomando la Clase 9 como 1, las Clases 6-8 como 2, las Clases 2-5 como 3, y las Clases 0-1 como 4). También mantiene una correlación directa con la formalidad del estilo y el grado de atención prestada al discurso (tomando el habla casual, estilo A como 0, el discurso cuidado, estilo B, como 1, y así sucesivamente). La curva de variación de los estilos es modificada por una función que podemos designar «índice de inseguridad

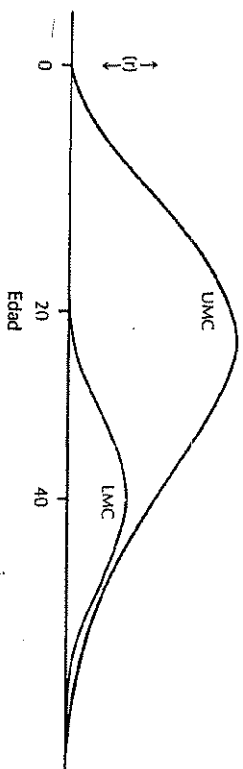


Fig. 2.8. Distribución hipotética de (*r*) como nuevo rasgo de prestigio.

lingüística» (III), que está maximizado para el segundo grupo en orden de estatus (ver cuadro 5.1, pág. 172, para el índice cuantitativo). La curva de distribución por edad debe alcanzar el punto más alto para la clase media alta a los 20 y para la media baja a los 40 años. Podemos formalizar estas observaciones como sigue:

$$(\bar{r} - 1) = -a (\text{clase}) + b (\text{estilo}) (\text{III}) - c [(\text{clase}) \cdot 20 - (\text{edad})] + d$$

El tercer término está minimizado para la clase media alta a la edad de 20 años, para la media baja a los 40 y para la clase obrera a los 60, etc. La figura 2.7 apoya esta semicuantitativa expresión del efecto de ola, que comporta todavía un cierto número de constantes no especificadas.

Hay una diferencia considerable entre el comportamiento del grupo de estatus superior y el resto. La clase media alta desarrolla el uso de (*r*-1) a una edad temprana —como expresión variable una cierta formalidad que se puede hallar en todos los niveles estilísticos. En cuanto a los demás grupos, en Nueva York, no hay un fundamento sólido para (*r*-1) en el estilo autóctono del habla casual; para ellos (*r*-1) es una forma que requiere una cierta atención en el discurso si es que se quiere articular. Y al igual que ocurre con otras marcas formales de cambio estilístico, la clase media baja sobreactúa el proceso de corrección. Es un proceso que se aprende en edad tardía. Cuando los hablantes que ahora tienen entre 40 y 50 años eran pequeños, la norma de prestigio era (*r*-0) y no (*r*-1). Antes de la Segunda Guerra Mundial las escuelas de Nueva York estaban dominadas por la tradición anglófila que pensaba que (*r*-1) era una forma provinciana, una incorrecta inversión de la consonante, que debía pronunciarse correctamente la *r* ortográfica, como en *car* (coche) según el «*international English*»<sup>10</sup>. Los neoyorquinos que

<sup>10</sup> Véase, por ejemplo *Voice and Speech Problems*, texto escrito para los colegios neoyorquinos en 1940 por Raubichek, Davis y Carll (1940: 336):

«Hay mucha gente que piensa que hay que esforzarse para pronunciar como se escribe, y por alguna extraña razón esto les ocurre sobre todo con la *r*. Todos pronunciamos *calm*, *psalm*, *almoud*, *know*, *eight*, *night* y *there* sin mayor preocupación... Sin embargo, personas que nunca dirían *kn* (*knee*) o *psal* (*psalm*) insisten en marcar el sonido *r* en palabras como *pa · k* (*part*) o *toda* (*father*) sencillamente porque la *r* señala el lugar en que nuestros antepasados elidían una consonante... De hecho, las más de las veces, la gente no entie un tercer sonido en una palabra como *px · k* sino que únicamente hace una vocal larga *a*: articulando con la punta de lengua hacia la garganta. Este tipo de producción vocálica se conoce como «*inversion*».

trataban de utilizar la norma de prestigio no necesitaban ningún tipo de ajuste en la pronunciación de esta consonante: les bastaba con corregir la calidad de la vocal. Esta norma sin *r* resalta en el discurso cuidado de la clase media alta, pasados los 40 años, y en la media baja de más de 50. Aparece también en los tests de reacción subjetiva (capítulo 6), entre la gente de más edad. Los hablantes de clase media alta que pasan ahora a (*r*-1) en estilos formales han abandonado su norma de prestigio, están respondiendo a la forma utilizada por los hablantes más jóvenes de estatus superior con los que están en contacto. Por el contrario, numerosos hablantes de clase media alta se mantienen en la norma originaria, como reacción a la tendencia dominante. La pauta que hemos observado en la encuesta de los grandes almacenes, es, por lo tanto un reflejo de la inseguridad lingüística de la clase media baja, que ha llevado a la generación mayor a adoptar la norma más reciente (*r*-1), con preferencia a la antigua. El proceso de socialización lingüística es más lento para los grupos de clase media baja no universitarios, que para los de hablantes de clase media alta: estos comienzan a ajustarse a la nueva norma en los últimos cursos de la enseñanza secundaria. Los que no siguen este derrotero necesitan entre 10 y 20 años para alcanzar la máxima sensibilidad respecto a la organización jerárquica del lenguaje formal en su comunidad.

#### ALGUNAS ORIENTACIONES METODOLÓGICAS

La conclusión más importante del estudio sobre los grandes almacenes es que los estudios breves y anónimos pueden constituir una fuente valiosa de información acerca de la estructura sociolingüística de la comunidad de habla. Hay un cierto número de líneas de investigación en las que tales métodos pueden ser probados y ampliados. Si bien es cierto que comportan algunas fuentes de error, otras pueden ser eliminadas con una atención suficiente.

Letitia Raubichek dirigió el programa de enseñanza de la lengua en los colegios neoyorquinos durante años y ejerció una poderosa influencia en esta enseñanza. La norma de «inglés internacional» fue mantenida por William Tilly de la Universidad de Columbia y a éste le siguieron la Raubichek y muchos otros en los años 30 y 40. Por lo que yo sé, esta norma ha perdido por completo su posición hegemónica en el sistema escolar. Un estudio detallado de su desaparición tanto en la radio como en el sistema escolar podría enseñarnos mucho sobre el mecanismo de cambio de las formas de prestigio.

En la encuesta de los grandes almacenes, la aproximación a la muestra podría haber sido más sistemática. Podría haber sido preferible seleccionar uno de cada *n* vendedores, o utilizar algún otro método que permitiese evitar la desviación que conlleva seleccionar a los sujetos más disponibles en un área determinada. En la medida en que un método así no interfiere en el carácter inadecuado del acontecimiento del habla, podría reducir la desviación de la muestra sin perder eficacia. Otra limitación es que los datos no fueron grabados en magnetófono, el transcriptor, yo mismo, conocía el objeto de la prueba, y siempre es posible que un sesgo inconsciente en la transcripción haya clasificado casos dudosos como (*r*-1) en Saks y como (*r*-0) en Klein<sup>11</sup>. Una tercera limitación se ha producido en el método empleado para lograr el discurso enfático. La figura 2.2 indica que el efecto de la variación estilística puede ser débil si los comparamos con la restricción fonológica de la posición: preconsonántica frente a final. Los porcentajes totales para los tres almacenes destacan este fenómeno:

Porcentajes de todos los (*r*-1) para cada posición:

	Casual	Enfático
<i>fourth floor</i>	23	39
<i>fourth floor</i>	24	48

Una simple petición de repetir tiene tan sólo un efecto limitado en cuanto a inducir un discurso más formal. El empleo de los pasajes leídos, las listas de palabras, y pares mínimos del estudio del Lower East Side nos proporcionaron una gama más amplia de estilos. Es posible, pues, ampliar la gama de estilos en las entrevistas breves y anónimas acentuando de una forma o de otra las dificultades de audición.

En este estudio las fuentes de error quedaban compensadas por la posibilidad de comparar las tres subsecciones, por el tamaño de la muestra y por la disponibilidad del personal para una segunda observación. Aunque no se puede retomar a los individuos hablantes individuales, la población representativa puede ser reexaminada fácilmente para estudios longitudinales sobre el proceso de cambio. Tenemos así, claro está, un «pseudomarco» que tiene sus limitacio-

<sup>11</sup> En las primeras transcripciones fonéticas, los casos dudosos se señalaban con una *d* y no se incluían en la tabulación ulterior. Hay, con todo, un margen de error en el entrevistador cuando tiene que decidir entre (*r*-0) y *d* y entre *d* y (*r*-1).

nes con respecto a un verdadero marco de estudio de los mismos individuos; pero sus ventajas en cuanto a costo y eficacia son decisivas.

Con resultados tan prometedores en la mano, debería resultar posible afinar y someter a prueba los métodos utilizados y aplicarlos en una serie de contextos más amplia. En las grandes ciudades es razonable elegir instituciones amplias como grandes almacenes, pero nada autoriza a limitar las encuestas breves y anónimas al campo de los vendedores o a instituciones de este tipo. Podemos orientarnos hacia cualquier conjunto de individuos situados en una «sede social» fija y accesible a la interacción con el público: policías, carteros, secretarios, personal de juzgado, guías, conductores de autobuses, de taxis, transportistas, manifestantes, mendigos, obreros de la construcción, etc. Entre estos grupos públicos, aquellos cuya identidad es más clara se concentran en general hacia la base de la escala social, en tanto que los vendedores de comercio ocupan los puestos más altos. Pero podemos alcanzar un público más amplio si consideramos los compradores, los espectadores de los estadios, de los desfiles y de las obras, los jardineros aficionados, los que se pasean por los parques y los paseantes en general. En este caso, el tipo de barrio puede cumplir la misma función diferenciadora que nuestros tres almacenes. Por otra parte, muchos profesionales de nivel relativamente alto están asequibles a la interacción con el público: de forma particular los profesores, los médicos y los abogados. Acontecimientos tales como los procesos judiciales, las audiencias públicas, nos permiten controlar el discurso de una gran gama de individuos, muy distintos y de posiciones sociales muy diferentes.<sup>12</sup>

Todos estos métodos presentan sesgos respecto a estas poblaciones que son accesibles al público, y los aparta de aquellos que se

<sup>12</sup> Durante el estudio de Nueva York, grabamos las sesiones del Consejo Municipal de Educación, y el análisis de estos datos nos dio de entrada como resultado que la pauta de estratificación social y estilística de (r) podía fácilmente cubrirse con la gran variedad de hablantes de estas sesiones. Las audiencias del Tribunal de máxima instancia de Nueva York constituyen un terreno propio para tales estudios, pese a que los que hablan lo hacen tan bajo que los del público apenas oyen. En cuanto al estudio sistemático de los viandantes, se trata de algo que está empezando ahora. Plakins (1969) estudió una gran variedad de peatones en una ciudad de Connecticut formulándoles una pregunta por un lugar incomprensible, según tres niveles de cortesía. Esta investigadora encontró diferencias sistemáticas en el modo de respuesta según la vestimenta (como indicador de posición socioeconómica) y la forma de preguntar, no hubo respuestas «oscas» (¿Qué-qué?) a preguntas corteses.

mantienen en el nivel privado: líderes económicos o sociales, o aquellos que trabajan en el campo del arte, en la investigación, en la ciencia, o en actividades ilegales. Pero una ingeniosidad suficiente debe permitir estudiar incluso estos grupos. Hay un reto aquí que ha de asumir la investigación sociolingüística mediante el sistema de los estudios breves y anónimos que superen las limitaciones de la comodidad. Pero conviene hacer hincapié en que en la medida en que son los individuos más disponibles a la interacción pública los que influyen más directamente en el cambio lingüístico y en el sistema sociolingüístico, el sesgo que deja un tanto de lado los extremos más alejados y oscuros del espectro social no es tan grande como a primera vista pudiera parecer.

Tras nuestro estudio acerca de los grandes almacenes realizado en Manhattan, se han hecho otros estudios paralelos. En el condado de Suffolk, Long Island, Patricia Allen (1968) ha observado por el procedimiento de encuestas breves y anónimas el empleo de (r). Fueron observados 156 empleados de tres establecimientos estratificados. En el gran almacén de mayor estatus (Macy's) había sólo un 27 por 100 de sujetos que no usaban (r-1); en el establecimiento intermedio (Grant City) alcanzaban el 40 por 100, y en el estatus inferior (Floyd's) el 60 por 100. Con ello podemos ver que la pauta general de Nueva York se ha extendido fuera de la ciudad, produciendo una estratificación de (r) comparable, pese a la diferenciación entre estos tres almacenes era menor que en nuestro trabajo de Manhattan. Nuestros propios análisis acerca de la situación de la City de Nueva York muestran que las entrevistas breves y anónimas de este tipo no pueden ser plenamente interpretadas sin un conocimiento detallado de la historia dialectal de la zona, y sin un estudio más sistemático de la distribución de las variables lingüísticas y las normas subjetivas.<sup>13</sup> En este caso el tipo de entrevistas mencionado

<sup>13</sup> Los cuadros confeccionados por Allen se parecen a las pautas neoyorquinas pero con una mayor diferenciación; los hablantes que emplean (r-1) son un número constante en los tres almacenes: 27 por 100 en Floyd's, 27 por 100 en Grant City y 32 por 100 en Macy's. El examen de la distribución en tiempo aparente muestra que el fenómeno se debe a la presencia de una dicotomía en los adultos del almacén inferior (por encima de los 30 años): El 80 por 100 no empleaba jamás (r-1) y el 20 por 100 lo empleaba de forma exclusiva; y no hay ninguna variación. Por el contrario, en los otros dos almacenes el 50 por 100 de los adultos empleaban (r). Esto demuestra la existencia de una pronunciación vernácula antigua de r que ahora está siendo dominada por la pauta neoyorquina de ausencia de r. (Kurath y Mac David, 1961), pero que sigue sobreviviendo entre los hablantes de clase trabajadora. El desparearse de tales dicotomías es un problema difícil (Levine y Crockett, 1966) y requiere de



puede considerarse como un complemento o un avance de otros métodos, pero no un sustituto de ellos. Hay, con todo, casos en los que este procedimiento puede aportar soluciones a problemas que las técnicas tradicionales no han sabido nunca circunscribir. Por esta razón hemos analizado el discurso de las telefonistas con el fin de confeccionar un mapa nacional de la fusión de las vocales posteriores, en *hock* (clavo) y *hawk* (halcón). Y en argot: escupir y la de *i* y *o* ante nasales en *pin* (espina) y *pen* (pluma). En un reciente estudio sobre la comunidad portorriqueña de Nueva York hemos empleado este tipo de experimentación natural para determinar qué porcentaje de aquellos de los que se oye hablar en español, se criaron en Estados Unidos o nacieron en Puerto Rico (Labov y Pedraza, 1971).

Los estudios futuros sobre el lenguaje en su contexto social deberían apoyarse más en el tipo de métodos rápidos y anónimos, como parte de un programa más amplio para utilizar mediciones no intrusivas que controlen el efecto de interacción del observador (Webb y otros, 1966). Pero nuestros estudios breves y anónimos no son índices pasivos del uso social, como las observaciones del cuidado o deterioro de los lugares públicos. Representan una forma de experimentación no reactiva, en la que evitamos los sesgos debidos al contexto experimental y la interferencia irregular de las normas de prestigio al tiempo que mantenemos el control del comportamiento de los sujetos. Estamos ahora mismo iniciando el estudio de situaciones de habla del tipo «preguntar por una dirección», tratando de aislar las reglas invariantes que informan dichas situaciones, con el fin de lograr sobre esta base dominar un amplio corpus de discurso público, socialmente localizado en su marco natural. A nuestro entender, las observaciones rápidas y anónimas son el método experimental más importante en un programa lingüístico que tome como principal objeto el lenguaje utilizado por la gente corriente en sus asuntos cotidianos.

hecho una encuesta más sistemática. Una complejidad similar aparece en los resultados de las encuestas breves y anónimas en almacenes de Austin, Texas, realizadas por M. M. Harris (1969). En esta zona, que es básicamente de *r* pronunciada, las normas de prestigio entre los blancos parecen ejercer una restricción débil de [r], en tanto que va aumentando la variedad fuertemente retroflexionada entre los jóvenes. Entre los negros y los mexicanos entrevistados, esta [r] fuerte parece ser la norma en la articulación cuidada del discurso. Pese al carácter puramente sugerente de tales resultados, representan una primera fase de trabajo necesaria para orientar otras más sistemáticas sobre las variables cruciales de la estructura sociolingüística de esta comunidad.

